

10 Ideen,

um Ihre

Kunden so richtig

Zu **feiern**

von **Raphaela Kirschnick**

Wissen Sie den Wert Ihrer Kundin zu schätzen? – Ja! – Weiß Ihre Kundin das? Vielleicht ja! Vielleicht nein! In jedem Fall belegen Studien, dass viele Kunden frustriert sind, weil sie sich nicht genügend wert geschätzt fühlen.

Tatsächlich ist ‚Wertschätzung zu zeigen‘ eines der wichtigsten Anforderungen in einem Service orientierten Umfeld. Und damit ist es das Marketinginstrumentarium Nummer 1 zur perfekten Kundenbindung.

Viele Unternehmer glauben Coupons und Treueprogramme allein erfüllen diesen Zweck, doch leider stimmt dies nicht immer! Coupons überschwemmen unsere Briefkästen und überfüllen Zeitungen. Treueprogramme hält gar jedes renommierte Geschäft bereit. Wie soll sich da der Kunde noch speziell und persönlich angesprochen fühlen?

Eine erfolgreiche und nachhaltige Maßnahme ist die Veranstaltung einer **Salon Party**, zu der Sie alle Ihre Kunden einladen können. **Markus Herold aus Wien** führt seit 5 Jahren erfolgreich seinen Salon „Herold“ im 1. Bezirk und in diesem Jahr jährt sich seine Salonparty zum dritten Mal. „Eigentlich mache ich die Party für mich selbst, weil ich meinen Kunden eine Freude bereiten möchte. Ich will dass es Ihnen gut geht“ sagt Markus Herold. Angefangen hat alles vor 3 Jahren mit einem Punschfest, mit gutem Punsch, leckerer Advents-Kulinarik und Lifemusik. „Aber, einmal im Jahr reicht, lieber mache ich ein richtiges Fest als mehrmals nur halbe Sachen“ so Markus Herold „und man erinnert damit auch die Kunden an sich, die länger nicht da waren“.

Anlass kann die Saison (Sommerfest, Weihnachtsparty, etc.), ein Salonjubiläum oder eine vollendete Renovierung sein; oder Sie sagen einfach nur Dankeschön. Auf jeden Fall liefert ein vorher definiertes **Party-Konzept** einen schönen Leitfaden für Musik, Verpflegung und Einladungsgestaltung.

Es klingt eigentlich ganz simpel, aber viele Saloninhaber schrecken davor zurück, da Ausgaben anstehen. „Natürlich sind **Kosten** involviert, zumal man den Anspruch, den man an sich selbst und an den Salon erhebt auch in der Party ausdrücken sollte.“ Und wenn an diesem Abend ihre Kunden zufrieden und glücklich nach Hause gehen, haben sie ein Band geknüpft, welches sehr lange hält.

Es muss nicht immer Kaviar sein, aber widerstehen Sie der Versuchung bei der **Verpflegung** zu sparen. Kräcker, Käse und Cola sind einfalllos. Österreich hat hervorragende Weinregionen. Knüpfen Sie Kontakte mit einem nahe gelegenen Winzer, vielleicht macht er Ihnen ein gutes Angebot und sie gehen eine Kooperation ein, die auch dem Weingut und dessen Bekanntheit nützt. Auch das Essen sollte etwas besonderes sein, gute Hors D'Oeuvre müssen nicht unbedingt teuer sein. Und man möchte ja, dass die Kunden rundum zufrieden sind.



Photography: Elle Machietto della Rossa



Markus Herold im Kreise seiner Kundinnen!



Schon der Eingangsbereich lädt ein!



Guter Wein und freundliches Servicepersonal – die Party läuft!

Lassen Sie **professionelle Fotos** machen und veröffentlichen Sie diese danach in einem Photoalbum. Lieben wir es nicht alle, uns auf Fotos wieder zu entdecken? Nun, Ihre Kunden sicher auch. Kooperieren Sie mit einem Fotografen. Er kann dafür die Bilder in seinem Studio ausstellen und Kunden können dort nachbestellen.

Kurzfristig ist der Erfolg nur emotional zu messen, aber langfristig drückt sich Kundenbindung auch in Zahlen aus. Und ihre treuen Kunden werden von Ihnen verstärkt reden und Sie empfehlen, wodurch wiederum Neukunden generiert werden.

Dennoch sollte an diesem Abend **Business im Hintergrund** stehen. Hierzu Markus Herold: „Wichtig ist, dass die Party von Herzen kommt. Treue kann man nicht berechnen und wie bei privaten Geschenken spürt auch der Kunde Ihre Aufrichtigkeit“.

Pures Geschäftsgebahren wird in der Regel sofort durchschaut. Aber wenn es nach Hause geht, könnten Sie jedem Gast eine kleine Überraschung mitgeben. Sie können eine kleine Dankeschön Tüte bereithalten, z.B. mit einer Probe und einem Gutschein für den nächsten Besuch. Dies ermöglicht Ihnen den Umsatz im Nachhinein zu steigern. Außerdem erlaubt es Ihnen nachhaltig mit dem Kunden ein Gespräch zu führen und die guten Gefühle erneut aufleben zu lassen. Und diese Emotionen binden und bleiben für lange Zeit erhalten.

Fokussieren Sie bei Gutscheinen auf das, was sie in Ihrem Service-Portfolio verbessern wollen. Wollen Sie Ihre Farbdienstleistung steigern, so verteilen Sie z.B. Gutscheine mit -20% auf die nächste Coloration.

Auch für Ihre **Mitarbeiter** sollte es ein Fest sein. „Meine Mitarbeiter, alle bis zum Lehrling, werden in Vorbereitungen eingebunden und helfen nach der Party aufräumen. ABER, während der Feier sollen Sie Ihren Spaß haben und für sich und ihre Kunden Zeit haben. Wir mieten Service Kräfte, die bedienen und dafür sorgen, dass alle zufrieden sind“ so Markus Herold. Eine Party ist so auch eine tolle Möglichkeit mal wieder den Team-Spaßfaktor hochleben zu lassen.

Let's Party – Musik ist eines der wichtigsten Party-Elemente und gehört in professionelle Hände. Vielleicht legt ein DJ Musik auf oder sie bestellen eine kleine gute Life Band, eventuell auch nur als Einlage. Ansonsten sollte nonstop eine gute CD abgestimmt aufs Partykonzept laufen.

Auch die **Vorbereitung/ Organisation** sollte stimmen. Lassen Sie professionell Einladungskarten entwerfen und versenden Sie diese an alle Kunden. Geben Sie Einladungen an ihre Mitarbeiter zur Verteilung. Sprechen Sie bei jedem Kunden im Salon die Einladung persönlich aus. Haben Sie bereits eine Salon Homepage? Dann sollte auch dort eine Meldung das große Ereignis ankündigen. Später können Sie dann die Photos der Party im Web veröffentlichen. Eventuell können Sie eine Erinnerung per Email oder SMS versenden.

Die große Frage: **Wann steigt die Feier**? Hierzu Markus Herold: „Der Tag ist extrem wichtig, denn man braucht einen Tag zum Herrichten des Salons, deshalb haben wir bisher immer am freien Montag gefeiert“. Außerdem rät Markus Herold „Und die Putzkolonne für Nachts muss rechtzeitig bestellt sein, denn der Salon sollte am nächsten Tag wieder voll funktionsfähig und sauber sein“. Mit einer guten Organisation läuft die Party dann auch fast wie von selbst.

In diesem Sinne...inspiriertes Nachdenken und fröhliches Feiern!

Raphaela Kirschnick ist Gründerin und Geschäftsführerin von ‚Vivid Consulting‘. Ihrer persönlichen Beratungsgesellschaft für das Friseurhandwerk in den Bereichen Marketing ▪ Kommunikation ▪ Personal.

Vivid Consulting, 1040 Wien, Argentinierstr. 54/ 23,
E-Mail info@vividconsulting.com, **Fon** 0676/ 780 8177



Marketing
Kommunikation
Personal
für das Friseurhandwerk



Professionelle Fotos – erfreuen nachhaltig!



Let's Party – bei guter Musik!

(Einladungskarte
einscannen)

Die Einladungskarte sollte professionell gestaltet sein.